

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РИТОРИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ РЕМИНИСЦЕНЦИИ)

Мазуренко И. А.

Появление социальных сетей создало условия для реализации межличностной коммуникации, которая может быть доступна широкому кругу пользователей. Эта парадоксальная ситуация вызывает интерес специалистов разных научных областей. С лингвистической точки зрения мы можем говорить о введении в круг вопросов научного анализа богатого в стилистическом отношении языкового материала. В этом отношении особый интерес вызывают высказывания, комментарии, реплики, блоги. Предлагаем рассмотреть использование такого риторического приема, как реминисценция в наиболее популярных социальных сетях: В контакте, facebook, Одноклассники, livejournal, twitter. По данным Фонда общественного мнения, самые популярные социальные сети – vk.com (около 50 млн. человек за месяц), Одноклассники (43 млн. ежемесячных посещений). Ежедневно публикуется около 10 млн. постов, комментариев, твитов и других публичных сообщений [<http://habrahabr.ru/company/palitrumlabs/blog/186422/>].

Реминисценция определяется как неявная цитата, цитирование без кавычек. По своей природе реминисценция всегда производна, это мысленная отсылка, сравнение с неким образцом, сознательное или неосознанное сопоставление, взгляд назад или в прошлое. Однако сам по себе способ реминисцирования носит интеллектуальный и творческий характер, этим он отличается от обыкновенного копирования, компиляции или плагиата.

Мы вслед за А.П. Сковородниковым определяем реминисценцию как «риторический приём, состоящий во включении в речь (текст) хорошо узнаваемого фрагмента чужого (прецедентного) текста, иногда несколько трансформированного, без упоминания его названия и автора для выражения экспрессивности выражаемой мысли или создания какого-либо другого стилистического эффекта» [с. 552].

Рассмотрев разные примеры в Сети, выделим группы, опираясь на компоненты реминисцируемого текста.

1 группа – в качестве прецедентного текста выступают заголовки газетных статей, книг, названия фильмов и т.д. Например, *Похороните меня под одеялом* (произведение Павла Санаева «Похороните меня за плинтусом»).

2 группа - в качестве прецедентного текста выступают строки из песен и т.д.: «*Вся в слезах и губной помаде, перепачканная нога*» (ср.: «Вся в слезах и губной помаде, перепачканное лицо» строки из песни «Плачет девушка в автомате» исполнитель Евгений Осин), «*Не надо печалиться, вся жесьть впереди*» («Не надо печалиться, вся жизнь впереди» группа «Самоцветы»), «*Я готов целовать песок, потому что он симпатичный*» (ср.: «Я готов целовать песок, по которому ты ходила» Владимир Маркин); «*Don't Worry – BeHuggies*» (Ср.: «Don't worry, be happy» Bob Marley)

3 группа - в качестве прецедентного текста выступают строки из произведений художественной литературы: «*Так не доставайся же я никому*» (прецедентный текст из произведения Н. А. Островского «Бесприданница»: «Так не доставайся же ты никому!»); «*Я пришел к тебе с приветом, рассказать, что я с приветом*» (стихотворение А.А. Фета «Я пришел к тебе с приветом...»);

4 группа – в качестве прецедентных текстов выступают рекламные слоганы, фразы, названия телепередач: «*Почта России. И пусть весь мир подождёт...*» (ср. реклама: «Даниссимо. И пусть весь мир подождёт»).

5 группа - в качестве прецедентных текстов выступают высказывания известных людей, афоризмы, пословицы, скороговорки, устойчивые выражения: *Век живи, век готовься к экзаменам* (Век живи, век учись), *люби и будь дубиной* (люби и будь любима),

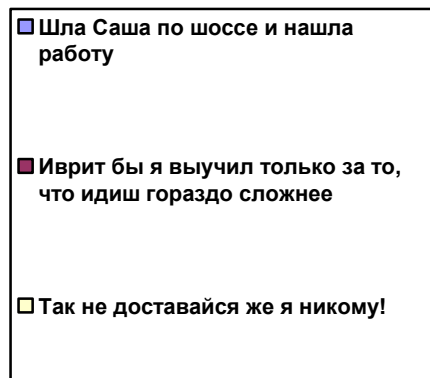
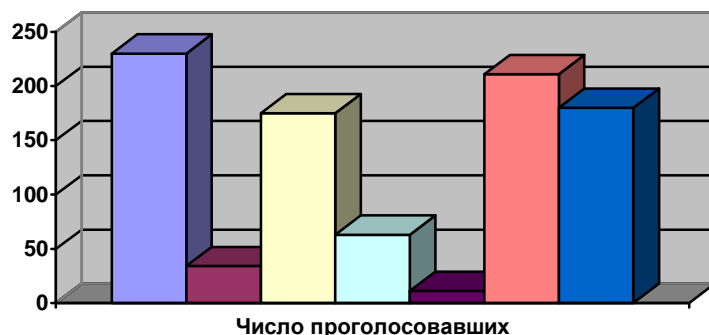
вперед и спейся (вперед и с песней), «*Одна голова хорошо, а голова с туловищем лучше*» (ср.: Одна голова хорошо, а две лучше).

В социальной сети «В контакте» и в филиале КГПУ им. В.П. Астафьева в г. Ачинске нами был проведен опрос, цель которого – выяснить, узнаваема ли реминисценция в тексте (речи), каково отношение к этому стилистическому приёму, где чаще всего встречается реминисцированный текст.

Рассмотрим полученные данные.

1. Выберите варианты ответов, в которых вам известен исходный текст:

Варианты ответов	Число проголосовавших
Шла Саша по шоссе и нашла работу	230
Иврит бы я выучил только за то, что идиш гораздо сложнее	34
Так не доставайся же я никому!	175
Стою я,... мою посуду,... не ругаюсь,... не матерюсь.... В общем, веду себя на редкость тихо и спокойно... Муж не выдержал,... подошёл,... тихонечко постучал по голове и в ушко мне говорит: "Эй, тараканчики, Вы не сдохли там?".	63
Почему мэр не носит шапки? Да сгорели все	11
Весь мир — театр, а все люди в нём стоят в очереди в гардероб и матерятся.	211
С мылом и в шалаше рай!	180



Как видим, минимальное узнавание характерно для пословицы «На воре шапка горит» и строк из стихотворения В. Маяковского, что в очередной раз подтверждает необходимость общего культурного фона для общающихся, использующих реминисценцию как стилистический приём.

2. Нравятся ли Вам измененные скороговорки, цитаты, фразы из произведений такие, как: *Шла Саша по шоссе и нашла работу* или *Одна голова хорошо, а голова с туловищем лучше*, или *Я готов целовать песок, потому что он симпатичный*?

Варианты ответов	Число опрошенных
Да, это весело	180
Нет. Я считаю, что это неправильно изменять фразы или выражения	51
Мне все равно	69

Большинство опрошенных отмечают выразительность реминисценции, её важную роль в создании различных типов комического, что выше было подтверждено соответствующими примерами из социальных сетей.

Безразличное отношение можно объяснить такими причинами, как отсутствие рефлексии относительно собственной и чужой речи, сосредоточенность на иных аспектах коммуникации, невнимательное отношение к проблеме, затрагиваемой в опросе. 17 % опрошенных против использования реминисценции, поскольку она искажает уже устоявшие высказывания, цитаты, строки из тех или иных произведений.

Отвечая на вопрос, связанный с распространением реминисценции в разных коммуникативных ситуациях, большинство респондентов в качестве источника бытования подобных примеров называет социальные сети (144 выбора), очень небольшое количество участников опроса (12 чел. - 4 %) отмечают средства массовой информации. Это объясняется большей распространенностью в жизни современного молодого человека (большинство респондентов – школьники и студенты) социальных сетей, минимальное обращение к текстам СМИ, особенно печатных. Часть респондентов в качестве примеров реминисценции называют разговорную речь, что тоже объяснимо. В контексте настоящего исследования можно утверждать, что разговорная речь и тексты в социальных сетях находятся в тесном взаимодействии, испытывают взаимовлияние. Наблюдения показывают, что люди, общающиеся в какой-либо социальной сети, привносят в разговорную речь характерные слова, элементы, малопонятные окружающим. Кроме того, в живой переписке в Сети человек не освобождается от навыков говорения, от разговорной культуры, не стремится выразиться более правильно, а потому в тексте (!) мы находим признаки живой, непосредственной, спонтанной разговорной речи, что заслуживает отдельного внимания как социолингвистический и социокультурный феномен.

С лингвистической точки зрения представляет интерес анализ лексико-грамматической стороны реминисцируемого текста. Большинство текстов построены на примитивных заменах слов в прецедентном тексте. Авторы реминисцируемого текста меняют слова, используя ту же тематическую группу (рука – нога: *Вся в слезах и губной помаде, перепачканная нога*; грамматические формы слова (я – ты: *Так не доставайся же я никому!*); созвучные слова (*Don't Worry – Be Huggies*; *Я готов целовать песок, потому что он симпатичный*; *С мылом и в шалаше рай!*). Только небольшая часть примеров свидетельствует об образованности, культурной глубине высказывания. Такие тексты, как правило, большинству пользователей сети остаются не понятны, что находит отражение в рубриках типа «Интеллектуальный юмор». Подобные наблюдения значимы для формирования представления о картине мира, особенностях языковой личности пользователя Сети, что требует детального анализа и отдельного исследования.

Интересно отметить, что использование реминисценции в социальных сетях становится популярным, несмотря на то, что сами пользователи этого и не замечают.

Литература:

1. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова. А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 840 с.
2. Мокиенко В.М. Почему так говорят? От авось до ятя. Историко-этимологический справочник по русской фразеологии. – СПб: Норинт, 2003. – 512 с.